

Библиографические ссылки

1. Ткалич С. Т. История дизайна, эволюция, методология, современные тенденции. М. : МГУ культуры и искусства, 2007. Ч. 1.
2. Защита экологических прав в законодательстве Е. С № 2. 2003 г. [Электронный ресурс]. URL: <http://eulaw.edu.m/documents/articles/defenceecorights.htm#ftnref7> (дата обращения: 02.03.2020).
3. Глазычев В. И. Урбанистика. М. : Европа, 2008.

Ю. В. Сорокина

*Уральский федеральный университет
имени первого Президента России Б. Н. Ельцина
Екатеринбург*

ДИЗАЙН ДЛЯ ОБЪЕКТОВ ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНОГО НАСЛЕДИЯ УРАЛА: АНАЛИЗ ПРИЕМОВ

Аннотация: предметом изучения является графический дизайн, используемый для объектов историко-культурного наследия Урала. Анализируются примеры сувенирной и полиграфической продукции, предлагаются основные приемы, передающие облик исторических построек и помогающие актуализировать их уникальность в условиях современного города. Сделаны выводы о значимости средств графического дизайна для объектов культурного наследия, касающиеся цветового решения, использования реальных фотографий, лаконичной графики.

Ключевые слова: историко-культурное наследие, дизайн, графический дизайн, туризм, сувенир, архитектура.

DESIGN FOR URAL HISTORICAL AND CULTURAL HERITAGE OBJECTS: ANALYSIS OF TECHNIQUES

Abstract: the subject of this article is graphic design for objects of historical and cultural heritage of the Urals. Examples of souvenir and printing products are analyzed, basic techniques that convey the appearance of historical buildings and help to actualize their uniqueness in the conditions of a modern city are derived. Author came to conclusion that means of graphic design is of great of importance for heritage sites related to color solutions, the use of real photographs, laconic graphics.

Keywords: historical and cultural heritage, design, graphic design, tourism, souvenir, architecture.

В 2010-е гг. актуальность приобрели вопросы охраны и использования памятников истории и культуры. Понятие «культурное наследие» определяется как совокупность объектов культуры и природы, отражающих этапы развития общества и природы и осознаваемых социумом как ценности, подлежащие сохранению и актуализации [1]. Соответственно термин «историко-культурное наследие» подразумевает созданные в разные исторические периоды развития общества культурные ценности.

Развитие культуры рассматривается в контексте изменений, происходящих в политической жизни государства, в котором находится тот или иной памятник. Особые сложности появляются в странах с многонациональным населением, а также в тех регионах, где меняется зона ответственности. На этих территориях памятники культуры обесцениваются в глазах современников, что приводит либо к их уничтожению, либо к постепенному разрушению в связи с отсутствием постоянного контроля и должного ухода.

Статья посвящена исследованию наследия реки Чусовой, актуализации истории Урала средствами графического дизайна. Актуали-

зация выражается в том, что найденные культурные и исторические ценности становятся значимыми в повседневном существовании современных людей. Задача дизайнера состоит в ревитализации облика объектов наследия и приближении его к актуальным тенденциям визуального восприятия.

Для того, чтобы определить границы использования приемов графического дизайна, необходимо провести анализ имеющихся вариантов полиграфической и сувенирной продукции, которые привлекают внимание к проблеме историко-культурного наследия.

Для анализа приемов графического дизайна были выбраны продукты по объектам историко-культурного наследия Екатеринбурга. Они представляют сувенирную продукцию, изображающую архитектуру, старинные постройки города и достопримечательности. Эти объекты, каждый по-своему, нуждаются или нуждались в привлечении внимания к ним, и создание сувенирной продукции решало эту проблему. На их примере можно выделить и рассмотреть актуальные приемы графического дизайна, а также оценить их эффективность (рис. 1).

Первым примером является значок телебашни. Поводом для создания этой сувенирной продукции послужила подготовка к сно-



Рис. 1. Значок с изображением телебашни.
Фото Дмитрия Фатхиева-Долохова

су данного объекта, несмотря на то, что башня стала узнаваемой достопримечательностью города и имела успешные аналоги в других странах. Большой частью визуальной составляющей сувенира является подложка значка. На ней изображен стилизованный городской пейзаж, информация о высоте башне и информация о ее строительстве.

Основным приемом графического дизайна в данном случае является стилизация как самого образа башни, так и городского пейзажа на подложке. Стилизация в дизайне — это возможность на основе выявленной структуры и конструктивных особенностей изображаемых предметов и форм (набора, комплекса, ансамбля, среды) создать лаконичный, предельно обобщенный и выразительный художественный образ [2]. На это указывает ограниченная цветовая гамма (на подложке использовано 5 цветов и их оттенки, для башни использованы черный и белый цвета) и слабая детализация. По моему мнению, у данного продукта преобладают такие качества, как привлекательность и практичность, поскольку выбран удачный носитель. Значки такого типа в данный момент популярны, привлекательность внешнему виду дополнительно придает упаковка, на которой расположен значок.

Вторым продуктом на тему этого же сооружения является открытка. Основным приемом в данном случае является вырубка. Вырубка в полиграфии — процесс, позволяющий вырезать с помощью специального штампа определенную форму печатного изделия. По центру сделан вырез силуэта телебашни (рис. 2). С помощью этого приема авторы хотели привлечь внимание общественности к тому, что скоро башня исчезнет и останется лишь пустота. Вырез передает образ пустоты, недостающего элемента. По закону завершения образа в гештальтпсихологии владелец открытки неосознанно стремится добавить недостающие звенья для создания знакомых форм, в данном случае изображения башни. Этим обусловлен тренд в социальных сетях, когда покупатели подобных открыток находят недостающий, вырезанный объект, что делает открытку завершенной, с помощью фото либо дополняют пейзажем — на свое усмотрение. В открытке главными являются идея и креативность, воплощения которых авторы добиваются через лаконичность ис-



Рис. 2. Открытка с вырезанным силуэтом телебашни со слоганом

полнения. Используются только черные и белые цвета, изображение башни заменено вырубкой, что нагружает образ дополнительными смыслами и несет эмоциональный посыл. Но при этом, я думаю, что она недостаточно привлекает внимание, мало отражает внешний вид башни и имеет небольшой практический потенциал. Этот продукт может быть использован как средство привлечения внимания к проблеме, но не как приятный сувенир.

Следующий сувенирный продукт представляет собой сборный конструктор реальной модели водонапорной башни Екатеринбурга (рис. 3). Здесь использован прием сборки без клея и вырезаний, детали выдавливаются из листа картона. Этот способ привносит элемент игры в процесс взаимодействия автора идеи с пользователем. Изображение не стилизовано, показывает реальный объект в масштабе 1:87. На мой взгляд, эффективнее было бы наделить данный сувенир полезной функцией, например, функцией упаковки. Использование реального фото не дает визуальной привлекательности, упрощение графики и добавление цветных акцентов сделали бы ее более актуальной для современного потребителя.

Сборная модель башни передает реальное изображение и пропорции этого старинного сооружения, которое в наше время уже



Рис. 3. Конструктор из бумаги «Водонапорная башня»

не используется по назначению. Его изображение в сувенирной продукции обращает внимание на необходимость сохранения постройки и наделение ее новыми функциями. Собирая такой сувенир, пользователь чувствует себя причастным к истории города.

Архитектурная карта-путеводитель воссоздает реальность Екатеринбурга (Свердловска) 1920–1940-х гг. — период формирования памятников конструктивизма. Поэтому графика карты и упаковки соответствуют этому стилю. В них использованы формы, характерные для конструктивизма — прямоугольник, квадрат, круг, прямая линия (рис. 4). Лаконичная цветовая гамма из таких цветов, как серый, белый, черный и кирпичный, передает настроение этого стиля и эпохи.

Выполнен прием цветовой инверсии: в одном случае белый текст с графикой стал черным и наложился на карту, во втором случае черная обложка с белым текстом и графикой на обратной стороне изменилась на противоположную. Использование одинаковой графики в разных цветовых вариациях может показывать временные рамки, передавать связь с прошлым и настоящим или переход из одного времени в другое.

Помимо этого, использована круглая вырубка, а архитектурные объекты представлены в виде черно-белых аутентичных фотогра-



Рис. 4. Архитектурная карта-путеводитель. Издательство «TATLIN»

фий. Все приемы хорошо сочетаются между собой, органично дополняя друг друга. Такой сувенирный путеводитель позволит туристам и горожанам узнать об истории городских построек и обратить внимание на их современное состояние.

В итоге можно выделить следующие приемы графического дизайна для продукции, изображающей объекты историко-культурного наследия: стилизованная графика, силуэтная вырубка, сборка объемного продукта, цветовая инверсия, использование реального фото без обработки, черно-белых фотографий / старинных изображений определенной эпохи.

Можно сделать вывод, что лаконичная графика осовременивает объект, делает его интересным и актуальным для сегодняшнего потребителя. Однако игнорирование важных деталей снижает узнаваемость строения. То же происходит с фигурной вырубкой, которая передает образ архитектурного сооружения и может быть не прочитана, но при этом добавляет эмоциональную окраску, побуждает пользователя дополнить образовавшуюся пустоту с помощью воображения или фото. Сборка сувенира позволяет потребителю взаимодействовать с продуктом и чувствовать себя причастным к созданию, создает элемент интерактивности. При

этом получение в итоге одного результата не является таким интересным, как если бы финишных вариантов было несколько. Варианты одной и той же графики в разных цветовых интерпретациях могут быть выигрышны в теме прошлого, настоящего и будущего в зависимости от состояния историко-культурного наследия. Они могут показать объекты в окружении разного времени и изменяемого пейзажа, определенные временные этапы. Цветовые сочетания, соответствующие определенному стилю, могут передать атмосферу эпохи, которая отразилась в архитектурных строениях. Использование реальных фото или исторических делает образ выигрышным в сочетании с графикой или в сравнении было/стало/может быть таким после реставрации.

Библиографические ссылки

1. Российская музейная энциклопедия [Электронный ресурс]. URL: <http://www.museum.ru/rme/dictionary.asp>. (дата обращения 27.02.2020).
2. Шиманская И. Ю. Сохранение и актуализация культурно-исторического наследия как основа развития российского общества // Российский государственный социальный университет (Москва). 2014. № 4/2. С. 46–52.

Е. С. Строгонова

Научный руководитель:

Т. Ю. Быстрова

*Уральский федеральный университет
имени первого Президента России Б. Н. Ельцина
Екатеринбург*

РОЛЬ ЮЗАБИЛИТИ-ТЕСТИРОВАНИЙ В ВЫЯВЛЕНИИ ОСОБЕННОСТЕЙ ВОСПРИЯТИЯ ДОПОЛНЕННОЙ РЕАЛЬНОСТИ

Аннотация: в статье анализируется такой качественный метод исследования, как юзабилити-тестирование, его история и роль в выявлении особенностей восприятия дополненной реальности, а также краткая